OPEN ACCESS

AL-TABYEEN

(Bi-Annual Research Journal of Islamic Studies)

Published by: ***Department of Islamic Studies, The University of Lahore, Lahore.***

ISSN (Print) : 2664-1178

ISSN (Online) : 2664-1186

Jan-jun-2022

Vol: 6, Issue: 1

Email: altabyeen@ais.uol.edu.pk

OJS: hpej.net/journals/al-tabyeen/index

ڈاکٹر ساجد اسد اللہ*

ڈاکٹر خالد محمود عارف**

ABSTRACT

Social Media has revolutionized the concept of communication, education and entertainment during the present era. It has become an integral part of life for the young people. Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Myspace, Google+ etc. are the multiple faces of social media. Youngsters spend most of their time in expressing their feelings in terms of 'Likes', 'Status Updates' and Tweets. Self-projection is at its apex. The most important features of social media are: it is free, it is easily accessible, it is interactive, it is compatible with the modern mobile devices and it has quick and far-reaching impacts. But these modern modes are not without their vices. Social values are deteriorating quite fast and generation gap is quite vivid in our society. Our family system that has been a strong bond throughout history is under serious threats. Norms and traditions are changing shape and western values are no more alien for us. Health and education of our young generation is badly suffering because of excessive use of social media. The habit of book reading is dying out. Ethical values are decaying

---

*ایسوسی ایٹ پروفیسر، شعبہ علوم اسلامیہ، رفاہ انٹرنیشنل یونیورسٹی، فیصل آباد

** اسسٹنٹ پروفیسر، شعبہ علوم اسلامیہ، رفاہ انٹرنیشنل یونیورسٹی، فیصل آباد

as parental control over the use of social media is practically nowhere in our society. It is the need of the hour to take this issue seriously and find practical methods to release, or if not possible at least keep less harmed, our young generation from the clutches of social media.

Keywords: سوشل میڈیا، نوجوان نسل، فیس بک، ٹوئٹر، واٹس ایپ، یوٹیوب

غار سے شروع ہونے والا انسانی تمدن آج اکیسویں صدی جو میڈیا کی صدی کہلاتی ہے، میں داخل ہو چکا ہے۔ تمدنی ترقی کے حامل اس عہد جدید کا میڈیا زبانی ابلاغ، پرنٹ اور الیکٹرانک دور کے ارتقائی مراحل طے کرتے ہوئے سوشل میڈیا کے میدان میں پہنچ چکا ہے، جس نے دنیا کو ایک عالمی گاؤں میں بدل دیا ہے۔ Faatin Haque اس حوالے سے رقم طراز ہیں:

> "معاشرتی حوالے سے صرف وہ تہذیبی اقدار و روایات غالب آتی ہیں جو شعوری یالاشعوری طور پر میڈیا کے ذریعہ عوام الناس کے سامنے پیش کی جاتی ہیں۔ آج کی نسل نو کے تربیتی اداروں کی صف میں ماں کی گود، گھر، خاندان، مدرسہ، اور معاشرتی اقدار کے ساتھ ساتھ میڈیا بھی بہت زیادہ اہمیت حاصل کر چکا ہے۔"[1]

آج کا نوجوان سوشل میڈیا کا فکری غلام بن چکا ہے۔ اس کی دلچسپیوں کا مرکز و محور فیس بک (Face Book) دکھائی دیتی ہے۔ نیکیوں کی بجائے لائکس (Likes) میں سبقت کی دوڑ لگی ہوئی ہے۔ کہیں لادین فکر "ٹویٹ" (Tweet) کو تسبیح و تحمید کا بدل سمجھ بیٹھی ہے تو کہیں گوگل پلس (Google+) نے کھانے پینے کی ہوش اڑا کر "صیام الدھر" کی صورت پیدا کر دی ہے۔ لنکڈاِن (LinkedIn)، ٹمبلر (Tumbler)، مائی اسپیس (Myspace) اور واٹس ایپ (WhatsApp) اس کے مأخذ ہیں۔ سوشل میڈیا نے حالات کو ایک ایسا رخ دیا ہے جس میں محاورہ "نیکی کر دریا میں ڈال" تبدیل ہو کر کچھ ایسی صورت اختیار کر گیا ہے کہ "کچھ بھی کر فیس بک

[1] Haque, Faatin, and Mahajabeen K. Hossain. GLOBAL MEDIA, ISLAMOPHOBIA AND ITS IMPACT ON CONFLICT RESOLUTION. Dhaka, Bangladesh: Institute of Hazrat Muhammad (SAW), Road 27, H#22, Block# anani, n.d.

پر ڈال"

سوشل میڈیا

سوشل میڈیا ایک وسیع اصطلاح ہے جو اپنے اندر بے شمار پہلوؤں کو سموئے ہوئے ہے۔ لیکن ابھی تک کوئی ایسی جامع تعریف پیش نہیں کی جا سکی۔ حقیقت یہ ہے کہ سوشل میڈیا ابھی ارتقائی مراحل سے گذر رہا ہے۔ جب بھی کوئی جامع تعریف پیش کی جاتی ہے تو چند دنوں کے بعد اس شعبہ میں کوئی نئی ٹیکنالوجی دریافت ہو جاتی ہے جس کی بدولت وہ تعریف جامع نہیں رہتی۔ آکسفورڈ ڈکشنری کے بقول:

> "سوشل میڈیا سے مراد ایسی ویب سائٹس اور ایپلی کیشنز ہیں جو صارفین کو اس قابل بناتی ہیں کہ وہ کسی بھی قسم کا مواد بذات خود تخلیق کر سکیں یا کسی دوسرے کے بنائے مواد کو استعمال کر سکیں یا اس مواد کی بدولت دوسرے افراد سے رابطہ کر سکیں"۔[1]

سوشل میڈیا یعنی سماجی میڈیا انٹرنیٹ سے مربوط ایک ایسا نیٹ ورک ہے جو افراد اور اداروں کو ایک دوسرے سے رابطہ استوار کرنے، آپس میں خیالات کا تبادلہ کرنے، اپنے پیغامات کا ابلاغ کرنے اور اس کے ساتھ ساتھ انٹرنیٹ پر موجود دیگر کئی چیزوں (جیسے گرافکس، امیجز، ویڈیوز، آڈیوز، پوسٹرز وغیرہ) کو ایک دوسرے کے ساتھ شیئر کرنے کا موقع فراہم کرتا ہے۔ موجودہ دور میں سوشل میڈیا کی اہمیت وافادیت سے انکار نہیں کیا جا سکتا۔

پچھلے چند سالوں میں سوشل میڈیا کے ذریعے معاشرتی، ثقافتی، سیاسی، سماجی، معاشی حالات و واقعات سمیت ظلم و زیادتی اور لاقانونیت جیسی بے شمار سماجی برائیوں کے خلاف آواز اٹھانے کے واقعات اس کی واضح مثال ہیں۔ اپنے لامحدود اور وسیع بہاؤ کی وجہ سے سوشل میڈیا پر آنے والا ہر واقعہ کسی اخبار کی سرخی جیسی اہمیت اختیار کر لیتا ہے۔ اور یہ کہنا بے جا نہ ہو گا کہ اب ہر عام آدمی، سٹیزن جرنلسٹ (Citizen Journalist) کی حیثیت اختیار کر چکا ہے۔

---

1 Oxford Dictionaries - Dictionary, Thesaurus, & Grammar. "Social Media - Definition of Social Media in English from the Oxford Dictionary." n.d. Accessed May 5, 2016. http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social-media?q=Social+Media.

سوشل میڈیا کی اقسام (Types of Social Media)

موجودہ دور میں سوشل میڈیا کی بڑھتی ہوئی مقبولیت کے پیش نظر آئے روز اس کی نئی اقسام منظر عام پر آرہی ہیں۔ اور جو اقسام موجود ہیں وہ نت نئی ایپلیکیشنز (Applications) کی بدولت اس کو مزید دلکش اور پسندیدہ بنانے کی کوشش میں مصروفِ عمل ہی۔ ذیل میں چند معروف سوشل میڈیا سائٹس اور اَیپس کا تعارف پیش کیا جاتا ہے۔

1۔ فیس بک (Facebook)

سماجی روابط (Social Networking) کے حوالے سے مشہورِ زمانہ فیس بک کا آغاز فروری 2004ء میں ہارورڈ یونیورسٹی کے ایک طالبعلم مارک زکربرگ نے کیا تھا۔[1] سوشل میڈیا کی دوڑ میں فیس بک پہلے نمبر پر ہے جس کے صارفین کی تعداد 845 ملین ہے۔ فیس بک استعمال کنندگان کو ایک دوسرے سے رابطہ کرنے، اپنی پسند اور دلچسپی کے مواد (تصاویر، ٹیکسٹ، ویڈیوز) کو دوسرے افراد سے شئیر کرنے اور اپنے من پسند گروپس میں شمولیت اختیار کرنے کا موقع فراہم کرتی ہے۔ فیس بک ہر ایک کے لیے ہائیڈ پارک بن چکا ہے اس بارے میں پیو ریسرچ انٹرنیٹ پراجیکٹ (Pew Research Internet Project) کی ایک رپورٹ ملاحظہ ہو:

> "انٹرنیٹ استعمال کرنے والے بالغ عمر کے افراد میں سے تقریباً 73 فیصد سماجی رابطہ کی سائٹس کو استعمال کرتے ہیں۔ فیس بک سب سے زیادہ استعمال کی جانے والی سماجی ویب سائٹ ہے۔ انٹرنیٹ استعمال کرنے والے ان افراد میں سے تقریباً 42 فی صد ایک سے زائد سوشل نیٹ ورکنگ سائٹس استعمال کرتے ہیں۔ 2012[2] اور 2013[3] کے پیو ریسرچ سرویز کے مطابق سوشل نیٹ

---

[1] *ویکیپیڈیا* ".فیس بک - آزاد دائرة المعارف، ویکیپیڈیا. n.d. Accessed May 5, 2016. https://ur.wikipedia.org/wiki/%D9%81%DB%8C%D8%B3_%D8%A8%DA%A9."

[2] The Demographics of Social Media Users — 2012 | Pew Research Center. n.d. http://www.pewinternet.org/2013/02/14/the-demographics-of-social-media-users-2012/

[3] *Social Media Update 2013 / Pew Research Center.* n.d. http://www.pewinternet.org/2013/12/30/social-media-update-2013/.

ورکنگ سائٹس کے استعمال میں اضافہ دیکھا گیا۔"

سوشل میڈیا کے معیار کو جانچنے والی ایک عالمی کمپنی سوشل بیکرز نے 2012ء میں ایک جائزے کا انعقاد کیا۔ اس جائزے کے مطابق 31 دسمبر 2021ء تک پاکستان میں فیس بک کے صارفین کی تعداد 4 کروڑ 92 لاکھ کے قریب ریکارڈ کی گئی۔ اس تعداد کے مطابق 2012ء میں فیس بک پاکستان کے صرف 4٪ شہریوں کی زندگیوں میں جگہ بنا سکی تھی جبکہ پاکستان میں فیس بک استعمال کرنے والے افراد کی اکثریت یعنی 69 فیصد مردوں پر مشتمل تھی۔[1] ان صارفین میں 64 فیصد مرد اور 36 فیصد خواتین شامل ہیں۔ 5 ملین صارفین ایسے ہیں جن کی عمریں 18 سے 24 سال کے درمیان ہیں جبکہ 25 سے 34 سال کے صارفین کی تعداد 2.50 ملین ہے۔ باقی تعداد میں 12 سے 18 اور 35 سال سے زائد عمر والے افراد شامل ہیں۔ اس سروے میں ایک دلچسپ انکشاف یہ ہے کہ پاکستان میں فیس بک پر جعلی آئی ڈیز کی تعداد تقریباً 4 ملین ہے۔[2]

2۔ ٹویٹر: (Twitter)

ٹویٹر ایک سوشل نیٹ ورکنگ سائٹ ہے ,اس کا آغاز 2006ء میں ہوا۔ یہ صارفین کی تعداد کے لحاظ سے فیس بک کے بعد دوسرے نمبر پر ہے۔ پیو ریسرچ انسٹی ٹیوٹ کے مطابق:

> "ٹویٹر، جس کا آٹھ برس پہلے تک وجود نہ تھا، اب اس کے دنیا بھر میں ماہانہ 241 ملین فعال استعمال کنندگان ہیں۔ جو مجموعی طور پر تقریباً پچاس کروڑ ٹویٹس روزانہ کرتے ہیں۔"[3]

ٹوئٹر کی تعریف ہمیں وکی پیڈیا پر کچھ یوں نظر آتی ہے:

> "ٹویٹر ایک آن لائن سوشل نیٹ ورکنگ اور مائیکرو بلاگنگ سروس ہے جو اپنے استعمال کنندگان کو ٹویٹس بھیجنے اور پڑھنے کی سہولت مہیّا کرتی ہے۔ جو 140 حروف کی حد تک لکھے جانے والے

---

[1] Socialbakers.com. Accessed May 5, 2016. http://www.socialbakers.com.

[2] Socialbakers.com. Accessed May 5, 2016. http://www.socialbakers.com.

[3] Pew Research Center: Internet, Science & Technology. Accessed May 5, 2016. http://www.pewinternet.org.

ٹیکسٹ میسج ہوتے ہیں۔"[1]

اس کے صارفین کو یہ سہولت میسر ہے کہ وہ اپنی پروفائل میں وقتاً فوقتاً مختلف زبانوں (جن میں اردو بھی شامل ہے) میں 140 حروف کے اندر پیغامات بھیج سکتے ہیں۔ٹویٹر یوزرز کی تعداد میں روزبروز اضافہ ہورہاہے۔[2]

3۔لنکڈان (LinkedIn)

لنکڈان خاص طور پر کاروباری افراد کے لیے تشکیل کردہ سماجی رابطے کی ایک سائٹ ہے۔اس کی تشکیل دسمبر 2002ء میں ہوئی اور 5 مئی 2003ء میں اسے باقاعدہ طور پر چالو کردیا گیا۔2006ء میں اس کے استعمال کنندگان کی تعداد 20 ملین تھی جو 2013ء میں بڑھ کر 259 ملین ہوگئی ہے۔مزید برآں اسے 200 سے زائد ممالک میں استعمال کیاجاتاہے اور یہ 20 زبانوں میں دستیاب ہے۔

4۔ٹمبلر (Tumbler)

ٹمبلر کو فروری 2007ء میں David Karp نے شروع کیا گیا۔ دو ہفتوں کے دوران ہی اس کے استعمال کنندگان کی تعداد 75000 تک پہنچ گئی اور فروری 2014ء تک اس کے بلاگز کی تعداد 170 ملین ہوگئی ہے۔یہ ایک قسم کا مائیکرو بلاگنگ پلیٹ فارم اور سماجی رابطے کی سائٹ ہے۔اس میں بہت سے فیچرز شامل کیے گئے ہیں جیسے اپنی شخصیت کے اظہار کا موقع، مختلف موضوعات پر بات چیت، استعمال کنندگان کے درمیان باہمی گفت و شنید اور بحث و مباحثہ۔[3]

5۔گوگل پلس: (Google+)

یہ دراصل گوگل کمپنی کے تحت ایک سوشل نیٹ ورکاور شناختی خدمت (Identity Service)

---

[1] "Twitter." Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter.

[2] Hosting Discounter - De Goedkoop site Hosting van Nederlands. Accessed May 5, 2016. http://www.socialbakers.org.

[3] "Tumblr." Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. http://en.wikipedia.org/wiki/Tumblr.

ہے۔[1] گوگل پلس کو 28جون 2011ء کو شروع کیا گیا، پہلے پہل اسے آزمائشی طور پر شروع کیا گیا تھا۔ اس سروس کے شروع ہونے کے 15 دن بعد 14 جولائی 2011ء کو گوگل کے تجزیے کے مطابق گوگل پلس کے صارفین کی تعداد ایک کروڑ سے تجاوز کر چکی تھی۔ اس کے بعد ایک مہینے کا عرصہ گزرنے کے بعد گوگل نے اعلان کیا کہ اس کے صارفین کی تعداد دو کروڑ پانچ لاکھ سے بڑھ چکی تھی۔[2] اس میں گوگل پروفائل اور گوگل بَز (Google Buzz) کو شامل کیا گیا ہے اور بعض دوسری خدمات جیسے حلقہ جات اور گپ شپ وغیرہ کو بھی اس میں متعارف کروایا گیا ہے۔

6۔مائی اسپیس: (Myspace)

مائی اسپیس مقبول ترین سماجی رابطہ کی ویب سائٹس میں سے ایک ہے۔ اس سائٹ کو بنانے والوں میں Chris De Wolfe اور Tom Anderson کا نام آتا ہے اور اسے اگست 2003 میں لانچ کیا گیا۔ وکی پیڈیا کے مطابق:

"مائی اسپیس ایک سوشل نیٹ ورکنگ سروس جو زیادہ تر موسیقی سے متعلق مواد فراہم کرتی ہے۔ مائی اسپیس کو 2003 میں لانچ کیا گیا۔"[3]

7۔انسٹاگرام: (Instagram)

انسٹاگرام کو کیون سیسٹروم اور مائیک کریگر نے تخلیق کیا۔ اکتوبر 2010ء میں اسے باقاعدہ طور پر لانچ کر دیا گیا۔ اپریل 2012ء تک اس کے استعمال کنندگان کی تعداد 100 ملین سے تجاوز کر چکی تھی۔ انسٹاگرام کی وضاحت ہمیں وکی پیڈیا پر کچھ یوں ملتی ہے:

"انسٹاگرام آن لائن تصویر اور ویڈیو شیئر کرنے اور سوشل نیٹ ورکنگ کی سہولت مہیّا کرنے کی

---

1 "Google +." Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. https://ur.wikipedia.org/wiki/%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84%2B.

2 Hosting Discounter - De Goedkoop site Hosting van Nederland. Accessed May 5, 2016. http://www.socialbakers.org.

3 "Myspace" Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. https://ur.wikipedia.org/wiki/%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84%2B.

ویب سائٹ ہے۔ اس میں استعمال کنند گان کو تصاویر اور چھوٹے سائز کی ویڈیوز شئیر کرنے کی سہولت حاصل ہوتی ہے۔ اس کے علاوہ اپنے انسٹا گرام اکاؤنٹ کو دوسری سماجی رابطے کی ویب سائٹس کے ساتھ منسلک کیا جاسکتا ہے۔"[1]

فیس بک نے اس سروس کو2012 میں خرید لیا، تاہم فیس بک اور انسٹا گرام دونوں کو آپس میں ضم نہ کیا گیا۔انسٹا گرام ایپلی کیشن بہت سے ڈیوائسز جیسے آئی او ایس، اینڈرائیڈ اور ونڈوز فون آپریٹنگ سسٹمز میں فراہم کی گئی ہے اور ایک اندازہ یہ ہے کہ اب اس کے استعمال کنند گان 200 ملین سے تجاوز کر چکے ہیں۔

8۔یوٹیوب: (YouTube)

پے پال کے تین سابق ملازمین نے فروری2005 ء میں یوٹیوب قائم کی۔ نومبر2006ء میں گوگل انکارپوریٹڈ نے1.65 ارب ڈالر کے عوض یوٹیوب کو خرید لیا، اور اب یہ گوگل کے ماتحت ادارے کے طور پر کام کر رہا ہے۔[2] یوٹیوب وڈیو پیش کرنے والی سائٹ ہے جہاں صارفین اپنی وڈیو شامل اور پیش کر سکتے ہیں۔یوٹیوب کی شرائط میں یہ شامل ہے کہ ذلت آمیز، فحش، اہلِ دانش کے قائم کردہ معیار پر پورا نہ اترنے والا اور معاشرتی برائیوں کی طرف دعوت دینے والا مواد پیش نہیں کیا جا سکتا۔ اگرچہ یوٹیوب کے قوانین میں شامل تھا کہ ہتک آمیز اور دوسروں کی عزت نفس مجروح کرنے والا مواد اس ویب سائٹ پر پوسٹ نہیں کیا جائے گا، لیکن افسوس کہ ان قوانین کی پابندی نہ کی گئی۔ ستمبر 2012 میں توہینِ رسالت پر مبنی فلم یوٹیوب پر موجود ہونے کے باعث مختلف اسلامی ممالک نے یوٹیوب پر پابندی عائد کر دی تھی۔ حکومتِ پاکستان نے بھی17 ستمبر2012ء کو یوٹیوب پر جاری کی گئی اسلام مخالف فلم نہ ہٹانے پر ملک بھر میں یوٹیوب تک رسائی پر پابندی عائد کر دی تھی۔

9۔وٹس ایپ:(WhatsApp)

Yahoo کے دو سابقہ ملازمین Brian Acton اور Jan Kaum نے وٹس ایپ کی بنیاد 2009ء میں

[1] "Instagram." Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram.

[2] "YouTube." Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube.

رکھی۔ اس کا دفتر ماؤنٹین ویو کیلیفورنیا میں ہے اور اس کے ملازمین کی تعداد 55 ہے۔ اکتوبر 2014ء تک وٹس ایپ 600 ملین متحرک استعمال کنندگان کے ساتھ سب سے مقبول مسیجنگ اپلی کیشن تھی۔[1]

یہ بنیادی طور پر ایک مسیجنگ اپلی کیشن ہے جسے سمارٹ فونز کے ذریعے آپریٹ کیا جاتا ہے۔ ٹیکسٹ مسیجنگ کے علاوہ وٹس ایپ تصاویر، آڈیوز اور ویڈیوز پر مبنی پیغاما بھیجنے کے لئے استعمال کی جاتی ہے۔ سوشل میڈیا کی روز بروز بڑھتی ہوئی مقبولیت کی بے شمار وجوہات ہیں جن میں سے چند اہم مندرجہ ذیل ہیں:

بلا قیمت استعمال

موجودہ دور میں سماجی رابطہ کا ذریعہ فراہم کرنے والی سائٹس کی مقبولیت کی بے شمار وجوہات ہیں جن میں سب سے بڑھ کر یہ ہے کہ تقریباً تمام سائٹس استعمال کنندگان کو صحیح یا غلط استعمال کی پرواہ کئے بغیر مفت سہولت فراہم کرتی ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ ہر کس و ناکس نے "مفت ہاتھ آئے تو برا کیا ہے" کی پالیسی اپناتے ہوئے ان کی طرف کھلے دل سے التفات کا اظہار کیا ہے۔ اور اس کی وسعتیں، وسعتِ تخیل سے بھی آگے تک پھیلی ہوئی ہیں۔ بعض سائٹس جیسے LinkedIn وغیرہ معمولی قیمت پر Premium خدمات بھی فراہم کرتی ہیں لیکن اس قسم کی سائٹس کے استعمال کنندگان انتہائی کم اور مخصوص قسم کے لوگ ہوتے ہیں۔ بقیہ تمام بڑی سائٹس جیسے فیس بک، Twitter وغیرہ مفت خدمات فراہم کرنے پر یقین رکھتی ہیں۔

عام فہم استعمال

کسی چیز کا استعمال اگر مشکل ہو تو اس کے استعمال کنندگان کی تعداد یقینی طور پر کم ہو جاتی ہے جبکہ سوشل میڈیا میں یہ خامی نہیں پائی جاتی ان کے فیچرز عام فہم ہیں جو ہر کسی کی سمجھ میں آسکتے ہیں۔ نتیجتاً ایسا شخص جو بین الاقوامی ضابطے کے مطابق پڑھا لکھا شخص نہیں کہلا سکتا، وہ بھی سوشل میڈیا خاص طور پر فیس بک تو ضرور استعمال کرتا ہے۔ فیس بک، Twitter، یو ٹیوب، گوگل پلس وغیرہ کو اس حقیقت کا خوب ادراک ہے کہ ان کے استعمال کرنے والے کسی بھی عمر، نسل، ملک اور علاقے سے تعلق رکھنے والے ہوسکتے ہیں، لہٰذا انٹرنیٹ سے ان کی واقفیت

[1] "WhatsApp." Wikipedia, the Free Encyclopedia. Accessed May 5, 2016. https://en.wikipedia.org/wiki/WhatsApp.

یکساں نہیں ہو گی۔ اس کے علاوہ نت نئی اپیلی کیشنز متعارف ہو رہی ہیں جو اس کے استعمال کو مزید سہل بنا دیتی ہیں۔ مثال کے طور پر حال ہی میں Twitter نے اپنے استعمال کنندگان کو شارٹ میسیج (Short Message) کی سہولت فراہم کی ہے۔

ہر قسم کی ٹیکنالوجی پر نیٹ ورکنگ سہولیات

ٹیکنالوجی کے اس تیز رفتار دور میں انٹرنیٹ تک رسائی کافی آسان ہو گئی ہے۔ حال ہی میں موبائل نیٹ ورکس نے 4G کی سہولت فراہم کر دی ہے جس کی بدولت موبائل آلات پر تیز رفتار انٹرنیٹ میسر ہو گیا ہے۔ پہلے استعمال کنندگان کو اس کی سست روی سے شکایت رہتی تھی۔

معلومات اور خبروں کی وسیع اور تیز تر تشہیر

پرنٹ میڈیا کے ذریعے خبروں کا پھیلاؤ قدرے مشکل اور محدود پیمانے پر ہوتا تھا۔ اس کے بعد الیکٹرانک میڈیا نے خبروں کی ترسیل کو قدرے تیز اور آسان بنا دیا لیکن اس میں بھی وقت کی قید ہوتی ہے۔ سوشل میڈیا کی بدولت خبروں کا پھیلاؤ وسیع پیمانے پر ہو گیا ہے اور اس نے وقت اور جگہ کی حدود کو بالائے طاق رکھتے ہوئے معلومات و مواد کی رسائی کو ہر ایک کے لیے ممکن بنا دیا ہے۔ یہ بات اپنی جگہ کہ یہ معلومات اور خبریں مصدقہ نہیں ہوتیں۔

تبادلہء خیالات

اظہارِ رائے اور تبادلہ خیالات انسان کی جبلی و فطری خواہش ہے عصرِ حاضر میں سوشل میڈیا نے اظہار رائے اور تبادلہء خیالات کا آسان راستہ فراہم کر دیا ہے۔ یہ ایک انٹرا ایکٹو میڈیا ہے۔ کسی بھی معاملے پر لوگ کھل کر اپنے خیالات کا اظہار کرتے ہیں جس کی بدولت مختلف اور دراز علاقوں میں مقیم لوگوں کو ایک دوسرے کے خیالات جاننے میں مدد ملتی ہے۔ سوشل میڈیا نے اس میدان میں قابلِ قدر کامیابی حاصل کی ہے۔ ایک دوسرے سے مستقل رابطہ بر قرار رکھنے کا جو راستہ سوشل میڈیا نے فراہم کیا ہے، دنیا میں لاکھوں افراد اس سے مستفید ہو رہے ہیں۔

مخصوص زبان اور مخصوص سماجی رویے کی تشکیل

سوشل میڈیا نے ایک نئی زبان کو جنم دیا ہے۔ سوشل میڈیا کی اپنی مخصوص اصطلاحات ہیں جنہیں عام لوگ بھرپور طریقے سے استعمال کرتے ہیں۔ یہ وہ اصطلاحات ہی جن سے ایسے لوگ بے خبر ہیں جو سوشل میڈیا سے غیر وابستہ ہیں۔ طویل تقاریر یا طویل مضامین کے بجائے آسان، عام فہم، سہل انداز اور کم از کم الفاظ میں اپنی بات کو دوسروں تک پہنچانے کا فن سوشل میڈیا نے بہتوں کو سکھایا ہے۔ خاص طور پر Twitter اس معاملے میں اپنی جداگانہ شناخت رکھتا ہے۔ سوشل میڈیا کی اس مخصوص زبان کا دائرہ کار اب کالج کی کینٹینز سے لے کر دوستوں کی عام گپ شپ کی محفلوں تک پھیل گیا ہے۔ انگریزی زبان کے الفاظ جیسے LOL(Laugh out Loud) ، BUZZ, Dude کا استعمال سوشل میڈیا پر تو تھا ہی لیکن اب تو یہ ہماری معاشرتی محفلوں میں بھی اپنی جگہ بنا چکے ہیں۔

ذہن سازی کا ذریعہ

انسانی ذہن سازی کے لئے جو بھی ذرائع استعمال کئے جاتے ہیں ان میں سب سے مؤثر میڈیا ثابت ہوا ہے۔ آج کسی بھی غیر جانبدار شخص کی رائے کو متاثر کرنا، اس کے مزاج کی تشکیل کرنا اور اس کی بدولت سیاسی و سماجی معاملات پر رائے زنی میں اس کی مدد کرنا، کسی مخصوص فرد کی حمایت میں یا اس کے خلاف اگر لوگوں کا ذہن بنانا ، یہ سب کچھ سوشل میڈیا ہی کے مرہونِ منت ہے۔ یہ پیغامِ خیر بھی ہو سکتا ہے اور پیغامِ شر بھی۔

ذریعہ احتساب

سوشل میڈیا نے موجودہ دور میں فرد، جماعت اور حکومتوں کے لئے آلہ ءاحتساب کی شکل اختیار کر لی ہے۔ یہ ایک ایسا سیلِ رواں ہے جو اگر کسی کی حمایت میں بہہ پڑے تو اسے اوجِ ثریا تک پہنچا دیتا ہے، اور اگر کسی کی مخالفت پر کمر باندھ لے تو اس سے اس کی ساری مقبولیت چھین لیتا ہے۔ گزشتہ کافی عرصے سے اسے اسی مقصد کے لئے استعمال کیا جا رہا ہے۔ بعض اداروں کی طرف سے اس کے ذریعے سروے کروایا جاتا ہے جس سے کسی شخص یا جماعت کی مقبولیت و عدم مقبولیت کا اندازہ ہوتا ہے۔ لوگ اس پر کھل کر اور بلا کسی خوف کے اپنی آراء کا اظہار کرتے ہیں۔

بڑے گروپس تک رسائی

سوشل میڈیا نے سیکنڈز میں افراد کے بڑے گروپس تک بآسانی رسائی کو ممکن بنا دیا ہے۔ کسی پیغام کو وسیع پیمانے پر پھیلانے کے لئے سوشل میڈیا کی مختلف سائٹس نے متنوع سہولیات فراہم کی ہوئی ہیں۔ فیس بک کے پیجز اور گروپس، یوٹیوب کے ویڈیوز اور ٹویٹر پر Followers کی بڑی تعداد، یہ تمام وہ چیزیں ہیں جو کسی بھی پیغام کی بڑے گروپ تک رسائی میں مدد و معاون ثابت ہوتی ہیں۔ اس لئے سوشل میڈیا پر جو کچھ بھی لکھا جاتا ہے، وہ ایک ایسے انداز سے لکھا جاتا ہے کہ اس کی زیادہ زیادہ لوگوں تک رسائی ممکن ہو۔

عوامی رجحان کی تشکیل:

میڈیا جن چیزوں کو عوام الناس کے سامنے بار بار دہراتا ہے وہ ان کے افکار و خیالات میں جڑ پکڑ جاتی ہیں میلکولم ایکس نے کہا تھا:

> "میڈیا اس کرہ ارض کی سب سے طاقت ور حقیقت ہے۔ اس کے پاس ایسی طاقت ہے جس کی بدولت یہ معصوم کو مجرم اور مجرم کو معصوم بنا سکتا ہے اور یہی اصل قوت ہے۔ کیونکہ یہ عوام الناس کے اذہان کا محاصرہ کرتا ہے۔" [1]

سوشل میڈیا انسانی افکار پر براہِ راست اثر انداز ہوتا ہے۔ اور اس نے ایک ایسی فضا پیدا کر دی ہے جس کی بدولت عوامی رجحان کی تشکیل ہو رہی ہے۔ ان حالات میں اگر ہم یہ کہیں کہ سوشل میڈیا ہی عصرِ حاضر کا نیو ٹرینڈ سیٹر Trend Setter ہے، تو بے جا نہ ہو گا۔ Twitter اور فیس بک پر عوامی رجحانات (Trends) کسی معاملے پر کسی مخصوص علاقے یا لوگوں کے عمومی رجحان کو ظاہر کرتے ہیں۔ Hashtag ٹویٹر کی ایک ایسی ایجاد ہے جس نے عوامی رجحانات کو پہچاننے میں بڑی مدد فراہم کی ہے۔ یہ ظاہر سی بات ہے کہ کسی معاملے پر جو Hashtag سب سے زیادہ استعمال ہوتا ہے، سوشل میڈیا کے مطابق وہی سب سے بڑا عوامی رجحان ہوتا ہے۔

---

[1] میلکولم ایکس (May 19, 1925 – February 21, 1965) جو الحاجّ مالک الشباز کے نام سے بھی جانا جاتا تھا۔ وہ مسلمان ہونے کے ساتھ ایک افریقی امریکن وزیر (انسانی حقوق) تھا۔ وہ امریکہ میں سیاہ فام طبقے کے حقوق کا ایک بہت بڑا حامی تھا۔ اس حمایت کی وجہ سے اس پر نسل پرست اور شدت پسند ہونے کا الزام بھی لگایا گیا۔

ابلاغِ علم اور تعلم

علم چھپا کر محفوظ رکھنے والی چیز نہیں ہے علم کی ترسیل کا کام ہر دور میں ہوتا رہا ہے۔ ماضی میں طلبِ علم کے لئے انسانوں کو بے حد تگ و دو کرنا پڑتی تھی۔ لیکن موجودہ دور میں علم افراد کو تلاش کرتا ہوا ان تک پہنچ جاتا ہے۔ یوں ابلاغِ علم اب کافی حد تک سہل ہو گیا ہے۔ سوشل میڈیا مختلف ایشوز پر لوگوں کو سکھانے اور نئی معلومات کی فراہمی کا اہم ذریعہ بن چکا ہے۔ سماجی رابطہ کہ سائٹس پر علم وادب پر مشتمل پیجز، گروپس اور بلاگز تشکیل دیئے گئے ہیں۔ اہلِ ذوق ان سے وابستگی اختیار کر کے اپنی پیاس بجھاتے ہیں۔ ابلاغِ علم کا ایک لا محدود اور بین الاقوامی پلیٹ فارم وجود میں آ گیا ہے۔

سوشل میڈیا جس طرح انسانی سماعتوں اور بصارتوں پر حاوی ہو چکا ہے اسے بین الاقوامی آنکھ اور کان کا نام دیا جانا بے جا نہ ہو گا۔ اس میں کوئی دورائے نہیں کہ یہ ایک نئی رنگارنگ دنیا ہے جس میں سرگرمیوں، تعلقات اور اصطلاحات کے نئے سلسلے وجود میں آ گئے ہیں۔ کسی بھی کام کو سرانجام دینے کے لئے متوازن رویہ اور حکمت و تدبر نہایت ضروری ہے اس کی ایک مثال دینِ اسلام میں ابلاغ و تبلیغ ہے جس کے بارے میں ہمیں قرآنِ مجید سے یہ رہنمائی ملتی ہے:

﴿اُدۡعُ اِلٰی سَبِیۡلِ رَبِّکَ بِالۡحِکۡمَۃِ وَالۡمَوۡعِظَۃِ الۡحَسَنَۃِ وَجَادِلۡہُمۡ بِالَّتِیۡ ہِیَ اَحۡسَنُ﴾[1]

"اپنے رب کے راستے کی طرف حکمت اور عمدہ نصیحت کے ساتھ دعوت دو۔"

یہ ایک مسلمہ حقیقت ہے کہ میڈیا کا استعمال تخریبی اور تشکیلی دونوں مقاصد کے لئے ہوتا ہے۔ اب یہ استعمال کنندگان پر منحصر ہے کہ وہ ان کو کس طرح زیرِ استعمال لاتے ہیں۔

نوجوانوں پر سوشل میڈیا کے منفی اثرات

کسی بھی نسل کا کوئی بگاڑ اس میں اچانک پیدا نہیں ہوا کرتا۔ برائی ہو یا بھلائی، دونوں ایک نسل سے دوسری نسل کو وراثت میں ملا کرتی ہیں۔ شباب ایک ایسی عمر ہے جس میں انسان پر جسمانی، فکری اور عقلی حیثیت میں بڑی

---

[1]۔ النحل، 152:16

تیزی سے تبدیلیاں رونما ہوتی ہیں انسانی ذہن و جسم نشو نما اور ارتقاء کی طرف گامزن ہوتا ہے، ہر لمحے نئے کام نئے تجربے اور فکر و شعور کے نئے در وا ہوتے ہیں اور اسی سوچ کے نتیجے میں فکر و شعور و ادراک کی نت نئی منازل بھی طے کرنا شروع کر دیتا ہے دوسری طرف جذبات کی شدت فیصلوں میں عجلت پر مجبور کر دیتی ہے، مادی ترقی کی ظاہری چمک کو دیکھ کر آنکھیں خیرا ہو جاتی ہیں اور جوانی میں تو ہر چمکتی چیز سونا ہی لگا کرتی ہے اور نوجوان جلد عیش و عشرت کے بہکاوے میں آجاتا ہے کہ آسانی برے کاموں کا خاصہ اور لازمی حصہ ہوتی ہے. نوجوانوں کو جہاں جذبات کی شدت لے ڈوبتی ہے وہیں آئے روز نت نئی سائنسی ایجادات نے نوجوان کے اذہان کو زنگ آلود کرنے کے ساتھ پر گندا بھی کر دیا ہے۔ جس طرح ضروریاتِ زندگی سے نبرد آزما ہونے کے لئے ایک دوسرے سے رابطہ کی ضرورت ہے اسی طرح سوشل میڈیا ہر معاشرے کا مشترکہ تقاضا ہے۔ متنوع ضروریات اور دلچسپیوں کے باعث زیادہ تر افراد سوشل میڈیا سے جڑے ہوئے ہیں۔ اس سے حد درجہ وابستگی معاشرے پر بے شمار اثرات کی حامل ہے۔ Avery Christian ودیگر رقم طراز ہیں:

> "فیس بک انسانی رویوں کو آن لائن اور عملی زندگی میں، ہر دو طرح متاثر کرتا ہے۔ فیس بک کی نت نئی ایپلی کیشنز اور اپنے آپ کو پیش کرنے کے نت نئے طریقوں نے اس کی اثر انگیزی کو اور بھی چار چاند لگا دیئے ہیں۔ "[1]

جب ٹیلی ویژن اور کمپیوٹر و انٹرنیٹ اس قدر عام نہیں ہوا تھا، اس وقت مارشل میکلوہن[2] نے یہ تھیوری پیش کی تھی کہ "ہر قسم کی جدید ٹیکنالوجی خاص طور پر میڈیا میں بے حس کرنے کی صلاحیت موجود ہوتی ہے اور اس کے اثرات منشیات کی طرح ہوتے ہیں۔" سوشل میڈیا کی مذکورہ بالا اثر انگیزی معاشرے پر اس کے مثبت اثرات کو ظاہر کرتی ہے۔ تاہم اس نے نوجوان نسل پر بہت سے برے اثرات بھی مرتب کئے ہیں۔ اس نے نوجوانوں کو

---

[1] Avery Christian, Brook Brookins, Spence Peige, Desiree Maynard, Will Ellis, Does Facebook effect relationships? , Georgia College and State University, 2011.

[2] مارشل میکلوہن جس کا عرصہ حیات 21 جولائی 2011ء سے لے کر 31 دسمبر 1980ء ہے، وہ کینیڈا سے تعلق رکھتا تھا۔ کمیونیکیشن تھیوری کا فلاسفر ہونے کے ساتھ ساتھ وہ عوامی مفکر بھی تھا۔ میڈیا تھیوری کے حوالے سے اس نے جاندار کام کیا۔ گلوبل ویلیج کی اصطلاح بھی اسی نے متعارف کروائی۔

علمی اور عملی طور پر کمزور کر دیا ہے اور ان میں فکری زوال اور گمراہی پیدا ہو گئی ہے۔ جدیدیت کے نام پر مغربی تہذیب کی اندھی تقلید کا عنصر اسی کی بدولت ہمارے معاشروں میں در آیا ہے۔ نوجوانوں کا رہن سہن، چال چلن، بول چال بلکہ تمام زندگی اس سے متاثر نظر آتی ہے۔ اب نوجوان ان اقدار کی پامالی فیشن کے طور پر کرنے لگے ہیں۔ سوشل میڈیا کے بڑھتے ہوئے استعمال نے سائبر کرائم کی صورت میں آن لائن سماج میں جرائم کی ایک نئ دنیا پیدا کر دی ہے۔ اس کا نتیجہ نوجوان نسل کے ذہنی، جسمانی اور فکری زوال کی صورت میں نمودار ہو رہا ہے۔

سوشل میڈیا کے نوجوان نسل پر اثرات کی بات کی جائے تو اس کے دو پہلو (مثبت اور منفی) نمایاں نظر آتے ہیں۔ اس سوال کا جواب نوجوان نسل کی وہ خواہشات دے سکتی ہیں جنہیں سوشل میڈیا پورا کر رہا ہے۔ یہ خواہشات تعمیری بھی ہیں اور تخریبی بھی۔

فرائض میں کوتاہی

اسلام ہمیں تعلیم دیتا ہے کہ اللہ تعالی نے بنی آدم کو بے مقصد پیدا نہیں کیا بلکہ اس پر کچھ ذمہ داریاں عائد کی گئی ہیں جن کے بارے میں اس سے بازپرس کی جائے گی۔

﴿اَفَحَسِبْتُمْ اَنَّمَا خَلَقْنَا كُمْ عَبَثًا وَّاَنَّكُمْ اِلَيْنَا لَا تُرْجَعُوْنَ﴾[1]

"کیا تم نے یہ سمجھ رکھا ہے کہ ہم نے تمہیں فضول ہی پیدا کیا ہے اور تمہیں کبھی ہماری طرف پلٹنا ہی نہیں ہے۔"

اسی طرح ایک اور جگہ ارشاد ہوا ہے:

﴿اَيَحْسَبُ الْاِنْسَانُ اَنْ يُّتْرَكَ سُدًى﴾[2]

"کیا انسان نے یہ سمجھ رکھا ہے کہ وہ یوں ہی مہمل چھوڑ دیا جائے گا۔"

آج کا نوجوان سوشل میڈیا کی بدولت اپنے دینی فرائض سے کوتاہی کا مرتکب ہو رہا ہے۔ فیس بک پر زیادہ سے زیادہ وقت گزارنا موجودہ دور کا مقبول ترین مشغلہ بن چکا ہے۔ خاص طور پر نوجوان اپنے دن بھر کے معمولات و سرگرمیاں، معمولی سے معمولی واقعات، کامیابیاں اور ناکامیاں اور پسند و ناپسند کو گاہے بگاہے شئیر کرتے رہنا اپنا

[1] المؤمنون، 23: 115

[2] القيامة، 75: 36

فرض منصبی سمجھنے لگے ہیں۔ ان سرگرمیوں میں محو رہنے کے باعث انہیں اس بات کا احساس تک نہیں ہوتا کہ وہ اپنے اصل فرائض سے بے اعتنائی برت رہے ہیں۔

عقائد کی خرابی

عقائد افکار سے جنم لیتے ہیں اور افکار کو متاثر کر کے عقائد کو بگاڑنا آسان ہوتا ہے۔ آج کے جدید ذرائع ابلاغ سیکولرازم کے فروغ کے لیے مذہب سے دوری، مذہب بیزاری اور ترک مذہب کی دعوت کا بہت بڑا ذریعہ ہے۔ اور نوجوان اس کے سب سے آسان شکار ہیں۔ اس کی ایک مثال پاکستانی ملحدین کی طرف سے فیس بک پر Pakistani Atheists & Agnostics نامی صفحہ ہے۔ اس صفحہ کو 6531 افراد نے لائک کیا ہے۔ اور اس میں 0.8 فیصد نے صرف ایک ہفتہ میں اسے لائک کیا ہے[1]۔

پاکستانی قوم کو مذہب سے دور کرنے کا عمل راتوں رات نہیں ہوا۔ نوائے وقت نے 17 نومبر 2014ء کو ایک رپورٹ شائع کی تھی، جس میں کہا گیا تھا کہ ایک خفیہ سروے کے مطابق پاکستان میں مذہب چھوڑنے اور ملحد بننے کا رجحان بڑھ رہا ہے اور اس میں شیعہ، سنی اور دوسرے تمام مسالک کے لوگ شامل ہیں۔ الحاد کے تیزی سے پھیلنے کا سبب سوشل میڈیا اور انٹرنیٹ پر بیٹھے سابقہ مسلمان ہیں، جن کے بقول مذہبی تعلیمات جھوٹ پر مبنی ہیں، اس کے علاوہ وہ مذہبی عقائد کے خلاف سائنسی ثبوت بھی پیش کرتے ہیں، سوشل میڈیا پر سابقہ پاکستانی مسلمان ملحدین کی اکثریت پڑھی لکھی ہے اور ان میں مدارس سے فارغ التحصیل لوگ بھی شامل ہیں جو اسلام کو چھوڑ کر ملحد بن گئے۔ فیس بک اور ٹویٹر پر کئی ایسے گروپس اور آئی ڈیز ہیں جو لوگوں کو مذہب سے نکالنے کے لئے دن رات کام کر رہے ہیں۔ پاکستان کے علاوہ الحاد مغربی ممالک اور عرب ممالک میں بھی تیزی سے پھیل رہا ہے اور ان میں سے کچھ ایسے بھی ہیں جو اپنے آپ کو اگنوسٹک کہتے ہیں، یعنی کہ وہ خدا کے تصور کو تو کسی حد تک مانتے ہیں مگر کسی مذہب کو نہیں مانتے۔[2] اس رپورٹ پر ایک تبصرہ ملاحظہ ہو:

"ہم سمجھتے ہیں کہ یہ رپورٹ ایک پہلو سے تو درست ہے کہ الحاد کے فروغ کے لئے پاکستان میں

---

1 "Pakistani Atheists & Agnostics." Facebook - Log In or Sign Up. Accessed May 5, 2016. https://www.facebook.com/Pakistani.Atheists/likes?ref=page_internal.

2 روزنامہ "نوائے وقت" لاہور، 17 نومبر 2014

بعض لوگ شعوری کوششیں کر رہے ہیں لیکن ایسی تمام کوششوں کو کسی سازش کا حصہ کہنے سے پہلے اس امر پر غور کرنا ضروری ہے کہ الحاد کے فروغ کے لیے خود "مسلمان" "خلوص نیت" سے کتنا حصہ ڈال رہے ہیں اور یہ بات جاننے کے لیے کسی خفیہ سروے کی ضرورت نہیں" [1]۔

مغربی تہذیب کی قبولیت

دنیا میں بے شمار تہذیبیں موجود ہیں لیکن وہ تمام مخصوص ترکیب کی بنا پر کسی حد تک ایک دوسرے سے مماثلت رکھتی ہیں۔ چوں کہ ہر تہذیب اپنی اقدار سے محبت رکھتی ہے، اسی والہانہ وابستگی کے نتیجے میں تہذیبی تصادم وجود میں آتا ہے۔ آج ہم جس دور سے گزر رہے ہیں Clash of Civilizations کا دور کہا جانے لگا ہے۔ مغربی تہذیب پچھلے دو سو سال سے دنیا پر غلبہ حاصل کرنے میں مسلسل آگے بڑھ رہی ہے۔ اس لئے یہ مرحلہ مغربی فکر، مغربی اداروں اور زندگی کے بارے میں مغربی اپروچ کے بڑے غلبے کا ہے" [2] آج میڈیا مغرب کے ہاتھ میں ہے اور وہ اسے بطریق احسن استعمال کرتے ہوئے مغربی تہذیب و ثقافت اور رسوم و رواج کو پرنٹ میڈیا اور سوشل میڈیا کے ذریعے نوجوان نسل میں انجیکٹ کر رہا ہے۔ نہایت کم عمری میں بچے فیس بک استعمال کرنا شروع کر دیتے ہیں۔

خاندانی اور ازدواجی رشتوں کا زوال

سوشل میڈیا نے افراد میں مصنوعی مصروفیت پیدا کر کے تکلفات اور بہت سی غیر اہم اشیاء کو بھی ضروریات میں شامل کر دیا ہے۔ اس نے سماجی اور خاندانی رابطوں کو نقصان پہنچایا ہے۔ آج کا نوجوان فخر محسوس کرتا ہے کہ وہ سوشل میڈیا کے طفیل ایک سائبر فیملی کا حصہ بن چکا ہے لیکن سوشل میڈیا پر جنم لینے والی اس سائبر فیملی میں باپ، بیٹے، بھائی، بہن، خاوند اور بیوی کے رشتے فیملی کا حصہ بن چکا ہے لیکن سوشل میڈیا پر جنم لینے والی اس سائبر فیملی میں باپ، بیٹے، بھائی، بہن، خاوند اور بیوی کے رشتے صرف ایک تعلق Friend میں ضم ہو چکے ہیں۔ اور یہ Friendly تعلق رشتوں کی نزاکتوں اور جذبات کو خطرناک حد تک متاثر کر چکا ہے۔ فیس بک سے حد درجہ

---

[1] اکبر، ثاقب، فروغِ الحاد یہ تو ہونا تھا، روزنامہ "نوائے وقت" لاہور، نومبر 2014

[2] خالد علوی، ڈاکٹر، اسلام اور عالمگیریت ص:8، ادارہ تحقیقاتِ اسلامی پریس اسلام آباد

وابستگی نے ازدواجی رشتوں کے آپسی کردار کو حد درجہ مشکوک کر دیا ہے۔

آسٹریلین لاء فرم سلیٹر اینڈ گورڈن کی تحقیق کے مطابق ہر سات میں سے ایک طلاق فیس بک یا کسی اور آن لائن سائٹ پر شوہر یا بیوی میں سے کسی ایک کی پوسٹس کے باعث ہوتی ہے۔ یہ شوہر یا بیوی کو اپنے شریک حیات کی بیوفائی کے ثبوت بھی فراہم کر کے طلاق کی شرح بڑھانے کا باعث بنتے ہیں، جبکہ ہر 5 میں سے ایک میاں بیوی کے درمیان لڑائی کرانے میں فیس بک یا ٹوئٹر کا ہاتھ ہوتا ہے[1]۔

محقق اینڈریو نیوبری کے مطابق 5 سال قبل کسی شادی کے خاتمے کے حوالے سے فیس بک کا حوالہ کبھی کبھار ہی سامنے آتا تھا مگر اب یہ عام ہوتا جارہا ہے۔ ان کا کہنا تھا کہ سوشل میڈیا خاص طور پر فیس بک پر تصاویر اور پوسٹس وغیرہ طلاقوں کو عام معمول بنانے کا باعث بن رہے ہیں۔ دو ہزار سے زائد جوڑوں پر ہونے والی تحقیق کے دوران لگ بھگ 25 فیصد افراد کا کہنا تھا کہ سوشل میڈیا پر شریک حیات کی پوسٹس پر بیوفائی کے شبہے کے نتیجے میں کم از کم ایک ہفتے میں ایک بار لڑائی ضرور ہوتی ہے۔ نیز انفرادی طور پر دوست بنانے کی سہولت نے مردوزن کو ایک دوسرے کی ضرورت سے عاری کر دیا ہے۔ گھنٹوں فیس بک پر وقت گزارنے کے بعد بیوی بچوں کے لئے وقت ہی دستیاب نہیں ہوتا۔ سعودی عرب میں روزنامہ ریاض نے ایک رپورٹ شائع کی جس کے مطابق سواد محمد نامی خاتون نے سوشل میڈیا کے حوالے سے بات کرتے ہوئے کہا کہ اس کا شوہر فیس بک کا ایسے عادی ہو چکا ہے جیسے کسی کو نشے کی لت لگ جائے۔[2] سواد محمد کی کہانی محض اس کی کہانی نہیں بلکہ اب یہ ہر گھر کی کہانی بن چکی ہے۔

کتب بینی کا فقدان

سوشل میڈیا کے میدانِ عمل میں آنے سے نوجوانوں میں مطالعہ کتب کے شوق میں خاطر خواہ کمی واقع ہوئی ہے۔ پڑھائی سے توجہ ہٹانے کے لے موبائل فونز اور کمپیوٹر ہی کافی تھے لیکن اب مختلف ڈیوائسز میں سوشل میڈیا خاص طور پر فیس بک اپلی کیشن نے باقی کسر بھی پوری کر دی ہے۔ صبح وشام انٹرنیٹ چیٹنگ میں نوجوانوں کو عمومی طور پر ملکہ حاصل ہے جس کے باعث ان کے پاس مطالعہ کتب کے لئے وقت ہی باقی نہیں رہتا۔ سوشل

---

[1] روزنامہ "دنیا" لاہور 04 مئی 2015

[2] الرئيسية - جريدة الرياض. http://www.alriyadh.com/. Accessed May 5, 2016 .

میڈیا تو محض فارغ وقت کی چیز ہے لیکن نوجوان نسل اسے سب سے ضروری شے سمجھنے لگی ہے، نتیجتاً اپنے اصل مقصد کے حصول کو بھول گئے ہیں۔ سوشل میڈیا بذاتِ خود بری چیز نہیں ہے۔ انٹرنیٹ پر ای لرننگ اور ای ایجوکیشن کی سہولتیں بھی دستیاب ہیں جہاں سے طلباء کو تعلیمی لحاظ سے بہت سے فوائد حاصل ہو سکتے ہیں۔ ای لائبریریز میں علمی و ادبی مواد کی کمی نہیں ہے، لیکن یہ استعمال کنندگان پر منحصر ہے کہ وہ تعمیری مقاصد پر اپنا وقت صرف کرتے ہیں یا تخریبی مقاصد پر ضائع کرتے ہیں۔

اخلاقی بگاڑ و بے حیائی

نوجوانوں میں جعلی آئی ڈیز بنانے کا رجحان کثرت سے پایا جاتا ہے۔ نوجوان فلمی اداکاراؤں کی تصاویر اپنی آئی ڈیز کی پروفائل پکچر بنا کر مخالف جنس کی توجہ حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس ضمن میں لڑکیوں کا فیس بک پر اپنی تصاویر اپلوڈ کرنا تشویش کا باعث ہے۔ ہر کوئی جانتا ہے کہ ایڈیٹنگ کے ذریعے کیا نہیں ہو سکتا۔ ہماری نظروں کے سامنے لڑکیوں کی تصاویر کا غلط استعمال کھلے عام ہو رہا ہے۔ کسی اور لڑکی کی تصویر اپنی آئی ڈی پر لگا کر لوگوں کو متوجہ کرنے کو رجحان عام ہے۔ لڑکے جعلی آئی ڈی بنا کر کسی لڑکی کی تصویر اس پر لگا دیتے ہیں اور دیگر لڑکوں کو بے وقوف بنا کر ان سے دوستی کرتے ہیں۔ اس شر کو پھیلانے میں فیس بک سے جڑی لڑکیوں کا بہت بڑا کردار ہے جو بلا سوچے سمجھے اپنی تصاویر پوسٹ کرتی رہتی ہیں۔ ہر خاص و عام پروگرام سے متعلق اپنی تصاویر شئیر کرنا نوجوان نسل اپنا فرضِ منصبی سمجھنے لگی ہے۔ اس کی بدولت خالص نجی نوعیت کی معلومات تک ہر خاص و عام کو رسائی حاصل ہونے لگی ہے جو فیس بک کا نہایت منفی تاثر ہے۔ سلطان صلاح الدین ایوبی کہتے ہیں کہ "جس قوم کو بغیر جنگ کے شکست دینی ہو تو اسکے جوانوں میں فحاشی پھیلا دو۔"[1]

صحت کے مسائل

بلاشبہ انٹرنیٹ اور سماجی رابطوں کی ویب سائٹس کی اہمیت اپنی جگہ لیکن ان کے استعمال سے ایک بڑی تعداد صحت اور نفسیاتی مسائل کا شکار ہو رہی ہے۔ ماہرین صحت کے مطابق سوشل میڈیا اور الیکٹرونکس ڈیوائسز کا زیادہ

[1] "Daily Khabar | Daily Khabrain | Dailykhabar.com. pk. "Accessed May 5, 2016. http://dailykhabar.com.pk/clm/79.

استعمال انسانی صحت پر منفی اثرات مرتب کرتا ہے جن میں آنکھوں اور پٹھوں کے امراض شامل ہیں۔

حرفِ آخر

مذکورہ بالا چشم کشا امور سے جو تصویر سامنے آتی ہے اس کو نظر انداز کرنا حقائق سے منہ موڑنے کے مترادف ہے۔ آج روبہ زوال معاشرتی اقدار کا آسان شکار نسل نو ہے۔ دہائیوں قبل "خبر لیجئے ذہن بگڑا" کا نقارہ پیٹنے والے مربی کو "اعلیٰ کردار سے عاری بے سیرت قالب" کی حامل نئی نسل سے واسطہ ہے۔ نوجون نسل کے اذہان سب سے زیادہ متاثر اور مسموم اسی میڈیا سے ہو رہے ہیں۔ بزرگوں سے فکری واخلاقی، نفسیاتی و مذہبی تربیت حاصل کرنے میں "جنریشن گیپ" کی اصطلاح آڑے آجاتی ہے جو کہ دراصل میڈیا کی ہی پیداوار ہے۔ حصول زر اور جلب منفعت کی کاوشوں کے نتیجہ میں نوجوان فکری پیچیدگیوں کا شکار ہو کر دین اسلام سے بدظن ہو رہا ہے۔ آج نئی نسل کو مغربی تہذیب کا دلدادہ بنانے کے لیے "لھوالحدیث" کے نمائندہ اور "تشیع الفاحشۃ" کے ماٹو کا حامل میڈیا بے حیائی، فحاشی اور رقص وسرور اور طاؤس ورباب کے حامل کلچر کے ذریعے برین واشنگ کر رہا ہے۔

موجودہ دور میں عالمِ اسلام میں بالعموم اور پاکستان میں بالخصوص مسلکی ہم آہنگی اور رواداری کا فقدان پایا جاتا ہے۔ سوشل میڈیا پر مختلف مسالک سے تعلق رکھنے والے افراد نے پیجز اور گروپس بنائے ہوئے ہیں جو ایک طرف تو اپنی مسلکی تعلیمات کو پھیلاتے ہیں اور دوسری طرف دیگر مسالک کو کڑی تنقید کا نشانہ بناتے ہیں۔ یہ ساری چیزیں نوجوان نسل میں نفرت اور کدورت کو بڑھاوا دینے میں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ وطنِ عزیز ان نفرت انگیزانہ کاروائیوں کا ہرگز متحمل نہیں ہو سکتا۔ وقت متقاضی ہے کہ ہم ان مسلکی اور فروعی معاملات کو بھلا کر ایک پلیٹ فارم پر جمع ہوں۔ ہمیں چاہیے کہ ہم "واعتصمو بحبل الله جميعاً ولا تفرقوا" کے مصداق بنیں اور ملکی تعمیر وترقی میں اپنا کردار ادا کریں۔ اس مقصد کے لئے سوشل میڈیا خاص طور پر فیس بک ازحد کارگر ثابت ہو سکتا ہے کیوں کہ فیس بک عمومی طور پر زیادہ تر پاکستانیوں کی رسائی میں ہے۔ فیس بک پر نوجوانوں کے ایسے پیجز، گروپس اور فورمز تشکیل دیے جانے چاہئیں جن کے ذریعے متنوع مسالک سے تعلق رکھنے والے افراد آپس میں خیالات کا اظہار کریں اور تعمیری واصلاحی گفت وشنید کریں۔